

## REGULAMIN

### konkursu ofert na realizację zadania publicznego

**„Akcja partnerska na portalach internetowych: informacja i edukacja na temat działań rozwojowych (realizowanych przy wsparciu Unii Europejskiej)”**

Zapraszamy do udziału w **Konkursie ofert „Akcja partnerska na portalach internetowych: informacja i edukacja na temat działań rozwojowych (realizowanych przy wsparciu Unii Europejskiej)”** (zwanym dalej „Konkurse”).

Organizatorem konkursu jest **Minister Funduszy i Polityki Regionalnej** (zwany dalej „Organizatorem”).

**Termin składania ofert upływa 13 maja 2024 roku.**

Minimalna kwota dotacji wynosi 500 000 zł, a maksymalna – 1 500 000 zł (brutto).

## I ZAŁOŻENIA KONKURSU

### 1. Cel Konkursu

Celem Konkursu jest wyłonienie do realizacji jako zadanie publiczne najlepszych ofert na „Akcję partnerską na portalach internetowych: informacja i edukacja na temat działań rozwojowych (realizowanych przy wsparciu Unii Europejskiej)”.

### 2. Akcja partnerska – cele zadania publicznego

Poprzez akcję partnerską (zwaną dalej „projektem”) chcemy zapewnić skuteczną i szeroką informację, edukację i promocję na portalach Oferenta w 3 głównych obszarach / kontekstach tematycznych:

**20-lecie członkostwa  
Polski w Unii  
Europejskiej (UE) (w**

Chcemy:

- pokazać dorobek 20-lecia członkostwa Polski w UE i skalę

<p><b>okresie maj-czerwiec 2024 r.)</b></p>	<p>pozytywnych zmian, które zaszły w tym okresie w Polsce, w tym w polskich regionach, dzięki sprawczości i przedsiębiorczości Polaków oraz to, w jaki sposób nasze członkostwo w UE przyczyniło się do rozwoju kraju w różnych wymiarach;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• zwiększać świadomość na temat roli UE w życiu polskich obywateli na poziomie ogólnospołecznym, pokazać, że każdy Polak korzysta z projektów / rozwiązań realizowanych przy wsparciu z UE oraz uświadomić osoby młode, w tym również te urodzone po 2004 r., jak przełomowe znaczenie miała nasza akcesja do UE;</li> <li>• zainspirować osoby młode do debaty i przemyśleń dotyczących naszej obecności i roli w UE oraz wpływu UE na życie Polaków (w wymiarze niefinansowym, niezwiązanym z inwestycjami z Funduszy Europejskich);</li> <li>• zaprezentować najciekawsze projekty zrealizowane przy wsparciu z UE (także przez pryzmat konkretnych, inspirujących historii).</li> </ul> <p>Komunikacja ta będzie elementem szerszej kampanii świadomościowej dotyczącej 20-lecia członkostwa Polski w UE w kontekście rozwoju kraju realizowanej przez Ministerstwo Funduszy i Rozwoju Regionalnego (MFiPR).</p>
<p><b>Fundusze Europejskie (FE) – maj-listopad 2024 r.</b></p>	<p>Chcemy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• zachęcać i aktywizować do sięgania po Fundusze Europejskie na lata 2024-2027 i prezentować ich aktualną ofertę;</li> <li>• wesprzeć osoby planujące skorzystać z FE, przez działania informacyjne i edukacyjne;</li> <li>• zwiększyć świadomość społeczną na temat działań rozwojowych w kraju, które są realizowane ze wsparciem FE (również w tych mniej znanych dziedzinach działania FE, jak np. innowacje społeczne), pokazać zmiany, w szczególności w codziennym życiu mieszkańców Polski, które zachodzą dzięki FE;</li> <li>• pokazać indywidualną perspektywę, w tym korzyści z inwestycji</li> </ul>

	<p>współfinansowanych z FE w skali mikro (w tym poprzez historie i doświadczenia osób, które korzystały lub korzystają ze wsparcia FE);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• zwiększać świadomości opinii publicznej na temat znaczenia przynależności do UEj oraz roli, celów i wartości UE;</li> <li>• promować bezpłatne źródła informacji o FE utrzymywane przez MFiPR: usługi sieci Punktów Informacyjnych oraz portal <a href="http://www.FunduszeEuropejskie.gov.pl">www.FunduszeEuropejskie.gov.pl</a>, narzędzie STEP, Innovation Coach oraz INNOPOINT.</li> </ul> <p>Chcemy również zwiększać świadomość na temat programów zarządzanych centralnie przez Komisję Europejską (m.in. programu Cyfrowa Europa, Horyzont Europa, LIFE, EU4Health), ich efektów oraz zachęcić potencjalnych beneficjentów do sięgania po te środki.</p> <p>Komunikacja wspiera realizację celu, jakim jest pomoc w wykorzystaniu Funduszy Europejskich i środków z UE dla rozwoju Polski, podnoszenie świadomości znaczenia Funduszy Europejskich i roli Unii Europejskiej w rozwoju całego kraju i jego regionów.</p> <p>Idea przewodnia komunikacji brzmi: „Fundusze Europejskie – wspólnie tworzymy naszą przyszłość”.</p> <p>Komunikacja w ramach projektu jest elementem prowadzonych przez MFiPR działań na rzecz realizacji Strategii komunikacji Funduszy Europejskich na lata 2021-2027<sup>1</sup>.</p>
<p><b>Krajowy Plan Odbudowy i Zwiększania Odporności (KPO) – maj-listopad 2024 r.</b></p>	<p>Chcemy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• aktywizować do sięgania po środki z KPO i prezentować dostępną w tym zakresie ofertę;</li> <li>• zwiększać świadomość na temat działań rozwojowych kraju</li> </ul>

<sup>1</sup> Dokument dostępny na stronie:

[https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/media/107296/Strategia\\_komunikacji\\_FE\\_2021\\_2027\\_v9\\_www.pdf](https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/media/107296/Strategia_komunikacji_FE_2021_2027_v9_www.pdf)

	<p>podejmowanych w ramach KPO (np. przez pokazywanie efektów wdrażanych reform i inwestycji);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• wspierać w realizacji przedsięwzięć w ramach KPO poprzez informację i edukację w tym zakresie.</li> </ul> <p>Komunikacja wspiera realizację celu strategicznego KPO, jakim jest odbudowa potencjału rozwojowego gospodarki utraconego w wyniku pandemii oraz wsparcie budowy trwałej konkurencyjności gospodarki i wzrost poziomu życia społeczeństwa.</p> <p>Idea przewodnia komunikacji brzmi: „Mierząc się z kryzysem stawiamy na bezpieczną przyszłość”.</p> <p>Komunikacja w ramach projektu jest elementem realizowanych przez MFiPR działań na rzecz realizacji Strategii Promocji i Informacji KPO<sup>2</sup>.</p>
<p><b>Dodatkowy (opcjonalny) obszar tematyczny (nie więcej niż 10% emitowanych treści)</b></p>	
<p><b>Dostępność – maj-listopad 2024 r.</b></p>	<p>Chcemy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• informować i edukować opinię publiczną i polskich przedsiębiorców w zakresie zasad projektowania uniwersalnego;</li> <li>• przygotować polskich przedsiębiorców i opinię publiczną na legislacyjne zmiany związane z wdrażaniem przepisów dyrektywy Europejski Akt o Dostępności;</li> <li>• pokazać biznesowe korzyści płynące ze stosowania tych zasad w projektowaniu produktów czy usług (np. poprzez dobre praktyki);</li> <li>• upowszechniać ideę dostępności i budować społeczną świadomość na jej temat.</li> </ul> <p>Komunikacja ta jest elementem szerszych działań informacyjno-edukacyjnych MFiPR dotyczących dostępności. Działania na rzecz</p>

<sup>2</sup> Dokument dostępny na stronie: <https://www.gov.pl/web/planodbudowy/strategia-promocji-i-informacji-kpo>

	dostępności przyczyniają się do rozwoju społeczno-gospodarczego kraju, a także do wzmocnienia społeczeństwa obywatelskiego.
--	---

Grupy docelowe komunikacji oraz szczegółowe komunikaty zostały wskazane w pkt III.

## II PROJEKTY – WYMAGANIA

### 1. Charakterystyka i zasięg projektu

Projekt będzie obejmować stworzenie koncepcji i realizację działań informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych na portalu internetowym Oferenta.

Do konkursu dopuszcza się wyłącznie projekty o charakterze ogólnopolskim.

**Projekty muszą być realizowane na portalach, które łącznie spełniają następujące warunki:**

- 1) cechuje je ogólnoinformacyjna i ogólnokrajowa tematyka;**
- 2) mają zasięg nie mniejszy niż 12 mln realnych użytkowników miesięcznie<sup>3</sup>.**

W ramach projektu dopuszcza się działania realizowane w innych serwisach należących do Oferenta, niespełniających powyższych wymagań, o ile będzie to uzasadnione z punktu widzenia lepszego dotarcia do grup docelowych, a tym samym zwiększenia rezultatów projektu.

Działania takie powinny mieć wówczas charakter uzupełniający do tych prowadzonych w serwisach głównych.

### 2. Okres realizacji projektu

Projekty realizowane będą w okresie **od dnia 20 maja do 30 listopada 2024 r.**, przy czym w uzasadnionych przypadkach Organizator może na prośbę Oferenta przedłużyć ten okres do 15 grudnia 2024 r. Przedłużenie realizacji projektu nastąpi wówczas w drodze aneksowania umowy dotacji.

**UWAGA:** Okres realizacji projektu niekoniecznie musi pokrywać się z okresem realizacji działań mediowych (mogą one, o ile jest to uzasadnione kosztowo i zasięgowo, zakończyć się przed 30

---

<sup>3</sup> Zasięg oceniany będzie na podstawie badania Gemius PBI za styczeń 2024 r.

listopada 2024 r.). Okres realizacji projektu to czas, w którym można ponosić wydatki w ramach projektu finansowane z dotacji.

### 3. Etapy realizacji projektu

Ze względu na okres realizacji oraz rozbudowaną liczbę działań projekt powinien być planowany i realizowany w następujących etapach:

Etap 1	maj-czerwiec	<b>20-lecie członkostwa Polski w UE</b> (temat przewodni)  dodatkowo: Fundusze Europejskie, KPO, ew. dostępność
Etap 2	lipiec-sierpień	Fundusze Europejskie, KPO, ew. dostępność
Etap 3	wrzesień-październik	Fundusze Europejskie, KPO, ew. dostępność
Etap 4	listopad – ew. grudzień (w razie przedłużenia projektu)	Fundusze Europejskie, KPO, ew. dostępność

Dniem zakończenia danego etapu jest ostatni dzień miesiąca kalendarzowego.

### 4. Działania obowiązkowe w projekcie

Projekt powinien obejmować następujące działania:

- materiały / artykuły content marketingowe w 3 wskazanych w części I obszarach tematycznych – angażujące, wartościowe, odpowiadające potrzebom grup docelowych projektu, w różnych formach: wywiad, poradnik, analiza, news, recenzja, ranking itd.;
- materiały wideo o długości maks. do 2 minut, w formie filmików instruktażowych, reportaży, wywiadów, setek, infografik, animacji itd.;

- działania angażujące osoby młode w komunikacji 20-lecia Polski w UE: konkursy, quizy itd.;
- obecność na stronie głównej głównego portalu Oferenta w górnych sekcjach tematycznych. Minimalny okres obecności na stronie głównej **musi wynieść 10 dni w miesiącu**.

Treści w ramach projektu na stronie głównej muszą być przedstawione w formie panelu/zajawki z grafiką/zdjęciami i tytułem przekierowującym do materiałów contentowych, tj. artykułów, video, itd., które będą się rotować (możliwość zastępowania starych treści nowymi i na odwrót - w zależności od potrzeb Organizatora).

Panel musi być dostępny ze wszystkich rodzajów urządzeń (desktop oraz mobile) i musi być wyraźnie oznaczony graficznie. Treści muszą być aktualizowane na bieżąco przez cały okres trwania projektu.

**UWAGA:** materiał promujący musi kierować bezpośrednio do tekstu/video. Niedopuszczalne jest wcześniejsze przekierowanie do reklamy, np. typu interstitial.

#### **4.1. Harmonogram i tematyka publikacji**

Harmonogram działań i publikacji, a także konkretne tematy materiałów planowane będą co do zasady przez Oferenta na poszczególne etapy realizacji projektu (wskazane w pkt II.3 Regulaminu). Harmonogram, uwzględniający liczbę i tematy materiałów w danym etapie, powinien zostać przedstawiony Organizatorowi do zaopiniowania nie później niż 14 dni przed rozpoczęciem danego etapu.

Harmonogram każdorazowo będzie akceptowany przez Organizatora. Organizator zastrzega sobie możliwość uzupełnienia, dodania lub zmiany proponowanych tematów w toku realizacji projektu. Modyfikacje takie nie mogą wpływać na zwiększenie kosztów po stronie Oferenta oraz zwiększać ogólnej liczby materiałów w ramach projektu.

Działania niezrealizowane w ramach danego etapu powinny zostać uwzględnione w harmonogramie na kolejny etap.

**UWAGA:** na etapie składania oferty Oferent powinien przedstawić do oceny propozycję harmonogramu działań na etap 1 (maj-czerwiec) wraz z propozycjami tematów materiałów. Załączony do Oferty harmonogram po rozpoczęciu realizacji projektu, zaopiniowany przez

Organizatora (który zastrzega prawo do wprowadzenia zmian), będzie podstawą do podjęcia działań w 1 etapie projektu.

#### **4.2. Charakterystyka materiałów**

Materiały emitowane w projekcie muszą być:

- autorskie, to znaczy przygotowane specjalnie na potrzeby projektu;
- przystępne, zrozumiałe dla grupy docelowej i odpowiadające jej potrzebom;
- wizualnie spójne z innymi materiałami emitowanymi na portalu Oferenta;
- angażujące: podczas oceny pod uwagę będzie brany jak najniższy wskaźnik odrzuceń (bounce rate), zdefiniowany dla użytkowników, którzy w artykułach spędzili mniej niż 30 sekund, oraz głębokość scrollowania;
- dostępne na mobilnych i desktopowych stronach portalu Oferenta;
- przygotowane przez członków zespołu redakcyjnego Oferenta lub osoby stale współpracujące z nim;
- w przygotowaniu musi uczestniczyć ekspert/ka ds. Funduszy Europejskich;
- realizowane z wykorzystaniem narzędzi/sposobów komunikacji zapewniających efektywne dotarcie do odbiorców np. poprzez targetowanie behawioralne, kontekstowe, geograficzne zarówno w skali całego kraju jak i lokalnie.

Materiały muszą stanowić integralną część portalu i mieć charakter maksymalnie kontekstowy, wpisujący się w trendy informacyjne.

#### **4.3. Dostosowanie projektów do potrzeb osób z niepełnosprawnościami**

Materiały, które powstają w ramach projektu, muszą być dostępne dla osób z niepełnosprawnościami. Muszą spełniać wymagania WCAG 2.1 z uwzględnieniem co najmniej poziomu AA. Oznacza to m.in. – czytelne czcionki (unikanie np. kursywy), teksty alternatywne do zdjęć i grafik, dodawanie napisów dla niesłyszących do materiałów video.



#### **4.4. Język komunikacji**

Język komunikacji musi być możliwie prosty, zrozumiały i dostosowany do potrzeb przeciętnego użytkownika portalu. Nie może być oficjalny, urzędowy. Organizator zastrzega sobie prawo do weryfikacji materiałów pod kątem prostego języka i zrozumiałości treści dla przeciętnego odbiorcy.

#### **5. Działania dodatkowe w projekcie**

W projekcie Oferent powinien maksymalnie uwzględnić angażujące odbiorców formaty, dopasowane do grupy docelowej oraz obszaru komunikacji, np.:

- działania w mediach społecznościowych – z wykorzystaniem własnych kanałów lub influencer marketingu;
- konkursy o szerokim zasięgu (w szczególności związane z tematyką 20-lecia Polski w UE);
- formaty video, webinary, poradniki, treści instruktażowe;
- quizy, ankiety, sondy uliczne itd.;
- wydarzenia: spotkania, panele, debaty, szkolenia, eventy informacyjno-promocyjne itd.

**UWAGA:** Sposób uwzględnienia działań dodatkowych, ich zasięg i atrakcyjność będą ważnym kryterium podczas oceny oferty.

Dodatkowo projekt może uwzględniać promocję, wykorzystującą targetowanie behawioralne, contentowe, demograficzne, geotargetowanie, retargetowanie w obrębie witryn należących do tej samej grupy mediowej oraz w mediach społecznościowych.

#### **6. Raporty**

Po zakończeniu każdego z etapów działań wskazanych w pkt II.3 Regulaminu Oferent przedstawi Organizatorowi raport. Przykładowy wzór raportu stanowi zał. nr 8 do Regulaminu. Organizator w uzasadnionych przypadkach może wystąpić z prośbą o przygotowanie dodatkowych raportów, jednak nie więcej niż 2 w każdym z etapów.

Zgodnie z umową dotacji wypłata II i III transzy dotacji uzależniona jest od zatwierdzenia przez Organizatora raportów z odpowiednio etapu 1 oraz 2 i 3.

## 7. Oznakowanie materiałów

Materiały, które powstaną w projekcie, muszą zostać oznakowane. Zakres oznakowania zostanie każdorazowo uzgodniony z Oferentem. Oznakowanie będzie składało się co najmniej z informacji słownej: „Materiał powstał we współpracy z Ministerstwem Funduszy i Polityki Regionalnej z Funduszu Rozwoju Regionalnego”.

### III GRUPY DOCELOWE I GŁÓWNE KOMUNIKATY

Projekty powinny mieć charakter świadomościowy – konsekwentnie zwiększać rozpoznawalność marki Funduszy Europejskich oraz Krajowego Planu Odbudowy i Zwiększania Odporności, a także zwiększać świadomość wsparcia dostępnego w ramach programów zarządzanych centralnie przez Komisję Europejską.

Najważniejszą grupą docelową jest **ogół społeczeństwa**, ze szczególnym uwzględnieniem osób młodych (w wieku 15-29 lat).

Projekt powinien uwzględniać także komunikację do przedsiębiorców, jako potencjalnych beneficjentów FE, ostatecznych odbiorców wsparcia KPO oraz ew. podmiotów uczestniczących we wdrażaniu idei dostępności w biznesowej praktyce.

Niezależnie od grupy docelowej i komunikatu każdy materiał powinien zawierać odesłanie do źródeł bezpłatnych informacji:

- strony [www.FunduszeEuropejskie.gov.pl](http://www.FunduszeEuropejskie.gov.pl) lub [www.gov.pl/planodbudowy](http://www.gov.pl/planodbudowy);
- sieci Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich (PIFE), świadczących usługi doradcze w zakresie Funduszy Europejskich i KPO;
- narzędzia STEP ([www.step.gov.pl](http://www.step.gov.pl)) – w przypadku, gdy materiał dotyczyć będzie innowacji finansowanych z programu FE dla Nowoczesnej Gospodarki.

Tematy do komunikacji do grup docelowych w podziale na obszary tematyczne prezentujemy poniżej:

## 20-lecie członkostwa Polski w UE

Ogół społeczeństwa (w tym w szczególności osoby młode, w wieku 15-29 lat)

Chcemy:

- pokazać skalę zmian i inwestycji, które dokonały się dzięki sprawczości i przedsiębiorczości Polaków przy efektywnym wykorzystaniu środków z UE;
- zaprezentować, w jaki sposób zmieniła się Polska i Polacy przez ostatnich 20 lat;
- uświadomić opinii publicznej, w jaki sposób jako kraj członkowski współtworzymy Unię Europejską i jaki wkład w rozwój Europy wnieśliśmy w minionym 20-leciu;
- pokazać korzyści z naszego członkostwa w UE w ludzkim, osobistym, niefinansowym wymiarze: swobody podróżowania, podejmowania pracy, prowadzenia biznesu, ale i to, że wszyscy korzystamy z dofinansowanych przez UE inwestycji;
- zaprezentować najciekawsze historie 20-lecia: przedsiębiorców, naukowców, studentów, uczniów, badaczy, ale i zwykłych ludzi, których życie zmieniło się na lepsze dzięki członkostwu Polski w UE;
- zwiększyć świadomość unijnych wartości (godność człowieka, wolność, demokracja, równość, praworządność, prawa człowieka).

**Fundusze Europejskie**

## Ogół społeczeństwa

Chcemy podnieść poziom wiedzy o tym, że FE i KPO przeznaczane są na takie dziedziny życia jak:

- **gospodarka/przedsiębiorczość**, wsparcie dla przedsiębiorców, wsparcie konkurencyjności i innowacyjności przedsiębiorstw, badania i rozwój (B+R); dialog społeczny w zakresie adaptacyjności, w tym wspieranie dostosowania pracowników, przedsiębiorstw i przedsiębiorców do zmian;
- **zdrowie, medycyna** – równy dostęp do opieki zdrowotnej, w szczególności do usług podstawowej opieki zdrowotnej, poprawa odporności systemu ochrony zdrowia, kompleksowe wsparcie dla opieki psychiatrycznej, zwiększenie dostępu do diagnostyki rozwój „opieki jednego dnia”, kształcenie podyplomowe lekarzy, pielęgniarek, położnych oraz innych zawodów związanych z ochroną zdrowia;
- **kultura** – ochrona zabytków i tworzenie nowej, ciekawej oferty kulturalno-edukacyjnej i atrakcji turystycznych, rozwój instytucji kultury;
- **środowisko** – ochrona zagrożonych gatunków, poprawa jakości i dostępu do wody pitnej, zrównoważona gospodarka wodna, transformacja w kierunku gospodarki o obiegu zamkniętym i gospodarki zasobooszczędnej ochrona bioróżnorodności i podnoszenie świadomości ekologicznej;
- **klimat** - adaptacja do zmian klimatu i niskoemisyjna mobilność, zwiększenie atrakcyjności miast i podniesienie jakości życia mieszkańców, w tym m.in. inwestycje związane z zieloną i niebieską infrastrukturą, zrównoważoną mobilnością miejską- zintegrowanych systemów mobilności, które obejmują transport miejski i aktywne formy przemieszczania się;

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>energia</b> – wzrost ilości odnawialnych źródeł energii, poprawa efektywności energetycznej mieszkalnictwa, budynków użyteczności publicznej i przedsiębiorstw, inwestycje w inteligentne sieci energetyczne (smart grid), systemy magazynowania energii;</li> <li>• <b>transport</b> – bezpieczne, wygodne i szybsze podróże, ekologiczny rozwój transportu, rozwój i inwestycje w infrastrukturę lokalną oraz ogólnopolską, w tym obwodnice krajowe; rozbudowa ponadregionalnej infrastruktury drogowej i kolejowej oraz połączeń w sieci TEN-T, zwiększenie dostępności transportowej, w tym komunikacji zbiorowej;</li> <li>• <b>infrastruktura szerokopasmowa</b> – popularyzacja wiedzy na temat ultra-szybkiego internetu szerokopasmowego i korzyści z nim związanych;</li> <li>• <b>e-usługi</b> – projekty dzięki którym możemy załatwić sprawy drogą elektroniczną, nowe e-usługi, poprawa funkcjonalności istniejących e-usług;</li> <li>• <b>cyberbezpieczeństwo</b>;</li> <li>• <b>cyfrowa dostępność</b> i zwiększenie ilości danych wysokiej jakości do ponownego wykorzystania (digitalizacja zasobów kultury, administracji, nauki);</li> <li>• <b>rozwój współpracy na rzecz cyfrowego rozwiązywania wyzwań społeczno-gospodarczych</b>;</li> <li>• <b>wsparcie rozwoju zaawansowanych kompetencji cyfrowych</b> kadr zaangażowanych w świadczenie usług, produktów lub procesów cyfrowych;</li> <li>• <b>rynek pracy i edukacja</b> – podnoszenie kompetencji i kwalifikacji, wsparcie samozatrudnienia, szkolenia,</li> </ul>
--	--

	<p>kompetencje cyfrowe, rozwój potencjału instytucji i służb rynku pracy, wspieranie procesu uczenia się przez całe życie;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>szkolnictwo i szkolnictwo wyższe</b> - dostosowanie oferty do wyzwań związanych z cyfrową i zieloną transformacją, poprawa jakości systemów kształcenia oraz rozwój edukacji włączającej;</li> <li>• <b>usługi społeczne</b> - rozwój opieki nad najmłodszymi dziećmi m.in. poprzez tworzenie miejsc opieki nad dziećmi do lat 3 i podnoszenie kompetencji kadr w tym obszarze, wspieranie instytucji odpowiedzialnych za integrację społeczno-zawodową migrantów; rozwój potencjału instytucji działających w sferze integracji społecznej, usług społecznych i ekonomii społecznej;</li> <li>• <b>innowacje społeczne</b> – projekty mające na celu poprawę jakości życia społeczeństwa;</li> <li>• <b>dostępność</b> – projekty (nowe rozwiązania) skierowane do grup o specjalnych potrzebach (osoby starsze, z niepełnosprawnościami);</li> <li>• <b>równość szans</b> – projekty wspierające równość kobiet i mężczyzn oraz innych grup społecznych narażonych na wykluczenie z życia społeczno-gospodarczego; zapewniające równość szans dla osób z niepełnosprawnościami;</li> <li>• <b>turystyka</b> - rozwój społeczno-gospodarczy dzięki turystyce, tworzenie ponadregionalnych szlaków turystycznych.</li> </ul>
<p><b>Potencjalni beneficjenci: przedsiębiorcy, sektor nauki, osoby, które chcą</b></p>	<p>Komunikacja do <b>grupy przedsiębiorców</b> i innych potencjalnych beneficjentów będzie miała kluczowe znaczenie z uwagi na obecną perspektywę unijną, ogłaszane nowe konkursy i</p>

<p><b>założyć start-upy</b></p>	<p>nabory. Powinna pokazywać możliwości i obszary wsparcia w latach 2024-2027 i zachęcić do ubiegania się o pożyczki i dotacje.</p> <p>Chcemy również komunikować możliwości sięgania po środki z programów zarządzanych centralnie przez Komisję Europejską.</p> <p><u>Przykładowe tematy</u> do komunikacji (obszary, w których można ubiegać się o środki z UE):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• promocja pojęcia B+R+I, oferta wsparcia na infrastrukturę B+R+I;</li> <li>• cyfryzacja i zazielenianie przedsiębiorstw, rozwój kompetencji w firmach;</li> <li>• nowoczesne kształcenie zawodowe;</li> <li>• monitoring karier absolwentów;</li> <li>• rozwiązania w zakresie uczenia się przez całe życie;</li> <li>• instrumenty finansowe na rzecz ekonomii społecznej;</li> <li>• konkurs na pilotaż Klubów Rozwoju Cyfrowego;</li> <li>• kształcenie w obszarze dostępności cyfrowej;</li> <li>• promocja pożyczek na samozatrudnienie (wdrażane w ramach Programu Wsparcie w Starcie);</li> <li>• promocja naborów ogłaszanych w ramach innowacji społecznych programu Fundusze Europejskie dla Rozwoju Społecznego oraz innych naborów FERS;</li> <li>• upowszechnienie idei edukacji włączającej, w tym promocja naborów na wsparcie poradni psychologiczno-pedagogicznych oraz specjalistyczne centra edukacji</li> </ul>
---------------------------------	---

włączającej;

- współpraca sektora nauki i biznesu;
- promocja narzędzia STEP (Sprawdzimy Twój Eksperymentalny Pomysł), Innovation Coach oraz INNOPOINT, które służą do wsparcia przedsiębiorców, którzy chcą inwestować w innowacje oraz prace badawczo-rozwojowe;
- uświadomienie MŚP, że eksport towarów lub usług może być szansą na rozwój firmy, a FE pomogą w zdobywaniu zagranicznych rynków;
- platformy startowe i proces tworzenia start-upów (od pomysłu po wprowadzenie firmy na rynek);
- wsparcie powstawania i rozwoju innowacyjnych spółek (start-up/scale-up);
- wsparcie konkurencyjności i innowacyjności przedsiębiorstw (innowacje dzięki zmianom wzorniczym, automatyzacja i robotyzacja w MSP, GOZ w MSP, pożyczki na inwestycje w turystyce);
- zwiększenie zdolności sektora nauki do współpracy;
- transfer technologii w sektorze nauki;
- wsparcie inicjatyw wyselekcjonowanych na poziomie Unii Europejskiej (finansowanie projektów z Seal of Excellence z Horyzont Europe lub innych programów UE);
- prezentacja bezpłatnych usług doradczych dostępnych w sieci PIFE;



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• rozwój smart grid – inteligentnych sieci energetycznych (systemów dystrybucyjnych);</li> <li>• wsparcie odporności miast na zagrożenia wynikające ze zmian klimatu;</li> <li>• wsparcie inwestycji na czynną ochronę przyrody i różnorodności biologicznej w obszarach NATURA 2000;</li> <li>• wsparcie inwestycji dot. transportu miejskiego i aktywnych form przemieszczania się w mieście, na terenach podmiejskich, a także poza nimi (zrównoważona mobilność miejska);</li> <li>• wsparcie inwestycji dot. poprawy połączeń drogowych i kolejowych;</li> <li>• wsparcie produktów turystycznych o oddziaływaniu ponadregionalnym.</li> </ul>
<b>KPO</b>	
<p><b>Ogół społeczeństwa oraz ostateczni odbiorcy wsparcia, w tym przedsiębiorcy</b></p>	<p>Przykładowe tematy do komunikacji:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Odporność i konkurencyjność gospodarki (m.in.: wsparcie dla przedsiębiorców, wsparcie konkurencyjności i innowacyjności przedsiębiorstw, B+R+I, możliwości podnoszenia umiejętności i znalezienia zatrudnienia, rozwój opieki długoterminowej, ograniczenia obciążeń regulacyjnych i administracyjnych);</li> <li>• Zielona energia i zmniejszenie energochłonności (m.in.: wsparcie zielonej transformacji miast, podwyższanie standardów energetycznych w budynkach, wzmacnianie bezpieczeństwa ekologicznego);</li> <li>• Cyfrowa transformacja (m.in.: wsparcie rozwoju infrastruktury sieciowej, zwiększanie dostępności</li> </ul>

	<p>cyfrowych usług;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• publicznych i podnoszenie kompetencji cyfrowych społeczeństwa);</li> <li>• Efektywność, dostępność i jakość systemu ochrony zdrowia (m.in.: wsparcie modernizacji infrastruktury podmiotów leczniczych oraz szerszego wykorzystania rozwiązań cyfrowych);</li> <li>• Zielona, inteligentna mobilność (m.in.: wsparcie zrównoważonego dostępu do nisko- i zeroemisyjnego transportu);</li> <li>• Rozwój obszarów wiejskich (m.in.: wsparcie modernizacji rolnictwa i obszarów wiejskich);</li> <li>• REPowerEU (m.in.: wsparcie rozwoju infrastruktury energetycznej, magazynowanie energii);</li> <li>• Dotychczasowe efekty realizacji KPO.</li> </ul>
<p><b>Dostępność / Europejski Akt o Dostępności (EAA) – obszar opcjonalny (nie więcej niż 10% emitowanych treści)</b></p>	
<p><b>Ogół społeczeństwa i przedsiębiorcy</b></p>	<p>Chcemy:</p> <p><b>budować wizerunek i świadomość dostępności</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• eksponować i promować zmiany powstałe w wyniku realizacji projektów, też współfinansowanych z FE, które nastąpiły w Polsce, regionie i w najbliższym otoczeniu odbiorców komunikatów;</li> <li>• pokazać pozytywne przykłady dotyczące dostępności oraz perspektywy indywidualnych korzyści;</li> </ul> <p><b>zachęcić do działania, do zmian w otoczeniu</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• edukować każdego, że mamy wpływ na nasze otoczenie, na nasze zachowanie, na zwracanie uwagi na potrzeby każdego w zakresie dostępności;</li> </ul>

	<p><b>podnieść poziom wiedzy na temat dostępności</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• przekonywać, że nie dotyczy ona tylko osób z niepełnosprawnością, ale może dotyczyć każdego z nas;</li> <li>• przekazać, że od najmłodszych lat należy edukować o dostępności;</li> <li>• poruszyć temat uniwersalnego projektowania i jego zalet.</li> </ul> <p>W kontekście przedsiębiorców z sektorów objętych dyrektywą EAA i przygotowaną przez MFiPR ustawą chcemy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• przekazać wiedzę na temat legislacji;</li> <li>• pokazać ew. konsekwencje niedostosowania swoich produktów i usług do przepisów w tym zakresie;</li> <li>• edukować o tym, jak dostosować się do zapisów ustawy.</li> </ul>
--	---

#### IV ZESPÓŁ PROJEKTOWY – WYMAGANIA

Zespół projektowy po stronie Oferenta musi składać się z:

- koordynatora / koordynatorki projektu – posiadającego doświadczenie w realizacji co najmniej 2 projektów o zbliżonej wartości. Koordynator projektu odpowiadać będzie za bieżący kontakt z Organizatorem w toku realizacji działań;
- eksperta / ekspertki ds. Funduszy Europejskich i KPO. Osoba ta odpowiadać będzie za wysoki poziom merytoryczny przygotowanych materiałów, wyszukiwanie i proponowanie tematów, informacji, przykładów projektów, ewentualne współprowadzenie działań edukacyjnych / instruktażowych;
- osoby odpowiedzialnej za właściwe prowadzenie księgowości projektu – posiadającej co najmniej 2-letnie doświadczenie w tym zakresie.

W toku realizacji projektu Oferent może zmienić członków zespołu projektowego wyłącznie za zgodą Organizatora (wyrażoną w formie e-mailowej) na osoby o takich samych lub wyższych kwalifikacjach. Zmiana taka nie może skutkować pogorszeniem rezultatów projektu.

Wynagrodzenie członków zespołu projektowego stanowi koszt kwalifikowalny w rozumieniu niniejszego Regulaminu.

## V KTO MOŻE UBIEGAĆ SIĘ O DOTACJĘ?

1. O dotację mogą ubiegać się **jednostki nienależące do sektora finansów publicznych**, które prowadzą działalność gospodarczą lub statutową jako **wydawcy portali internetowych lub ich biura reklamy** i spełniają pozostałe warunki określone w Regulaminie.
2. Z udziału w Konkursie są wyłączone osoby fizyczne nieprowadzące działalności gospodarczej oraz podmioty doradcze lub konsultingowe, świadczące odpłatne usługi doradcze dotyczące Funduszy Europejskich.
3. W konkursie nie mogą brać udziału podmioty, w których osoby, wobec których orzeczono zakaz pełnienia funkcji związanych z dysponowaniem środkami publicznymi, pełnią funkcje w organach zarządzających bądź zostały upoważnione do podpisania umowy dotacji lub jej rozliczenia.
4. Dotacje nie mogą być przyznawane podmiotom, w których pracownicy Ministerstwa Funduszy i Polityki Regionalnej pełnią funkcję w organach zarządzających lub organach kontroli lub nadzoru.
5. Dotacja nie może być przyznana podmiotowi, co do którego stwierdzono niezgodne z przeznaczeniem wykorzystanie środków wcześniej przyznanej dotacji.
6. Z udziału w Konkursie wyłączony jest podmiot, w odniesieniu do którego zachodzi, co najmniej jedna z poniższych okoliczności:
  - 1) podlega wykluczeniu, o którym mowa w art. 207 ust. 4 ustawy z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych (Dz. U. z 2023 r. poz. 1270, z późn. zm.);
  - 2) względem którego orzeczono zakaz dostępu do środków, o których mowa w art. 5 ust. 3 pkt 1 i 4 ustawy z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych, zgodnie z art. 12 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 15 czerwca 2012 r. o skutkach powierzania wykonywania pracy cudzoziemcom przebywającym wbrew przepisom na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej (Dz. U. z 2021 r. poz. 1745);
  - 3) względem którego orzeczono zakaz dostępu do środków, o których mowa w art. 5 ust. 3 pkt 1 i 4 ustawy z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych, zgodnie z art.

- 9 ust. 1 pkt 2a ustawy z dnia 28 października 2002 r. o odpowiedzialności podmiotów zbiorowych za czyny zabronione pod groźbą kary (Dz. U. z 2023 poz. 659);
- 4) zostały wydane prawomocne orzeczenia stwierdzające nadużycie, korupcję, uczestnictwo w organizacjach przestępczych lub jakiegokolwiek innej nielegalnej działalności;
  - 5) został postawiony w stan upadłości lub likwidacji, zawiesił swoją działalność, lub znajduje się w podobnej sytuacji wynikającej z prawa polskiego;
  - 6) zalega z opłacaniem składek na ubezpieczenia społeczne lub z opłacaniem podatków, zgodnie z przepisami prawa polskiego;
  - 7) podlega wykluczeniu z postępowania na podstawie art. 7 ust. 1 ustawy z dnia 13 kwietnia 2022 r. o szczególnych rozwiązaniach w zakresie przeciwdziałania wspierania agresji na Ukrainę oraz służących ochronie bezpieczeństwa narodowego (Dz. U. z 2023 r. poz. 1497, z późn. zm.).
7. Organizator wystąpi o zwrot przyznanej dotacji od Oferenta, jeśli w trakcie realizowanego projektu okaże się, że na etapie składania oferty Oferent złożył nieprawdziwe informacje w zakresie spełnienia warunków podmiotowych określonych w pkt V.2 – V.6.

## **VI FINANSOWANIE KONKURSU**

1. Środki finansowe przeznaczone na realizację zadania publicznego w formie dotacji celowej pochodzą z Funduszu Rozwoju Regionalnego, którego dysponentem jest Minister Funduszy i Polityki Regionalnej. Środki te mogą być przeznaczone jedynie na realizację zadań polegających na wsparciu działań w zakresie organizacji lub promocji inicjatyw służących promowaniu społeczno-gospodarczego, regionalnego i przestrzennego rozwoju kraju, rozwoju społeczności lokalnych lub wzmocnieniu społeczeństwa obywatelskiego.
2. Całkowita pula środków finansowych przeznaczonych na dotacje wynosi 3 650 000 zł brutto.
3. Organizator zastrzega sobie prawo do zwiększenia lub zmniejszenia budżetu konkursu.
4. Maksymalna wysokość pojedynczej dotacji wynosi 1 500 000 zł brutto, a minimalna 500 000 zł brutto.

5. Organizator zastrzega sobie prawo do przyznania dotacji w wysokości odpowiadającej całości lub części kwoty, o jaką ubiega się Oferent. W przypadku braku środków Organizator zastrzega sobie prawo do wstrzymania wypłaty dotacji. Umowa dotacji ulega wówczas rozwiązaniu. Oferentowi przysługuje wówczas prawo do zwrotu kosztów kwalifikowalnych, poniesionych na zasadach określonych w niniejszym Regulaminie do dnia rozwiązania umowy.
6. Jeden Oferent może zgłosić w Konkursie tylko jeden projekt. W razie zgłoszenia przez Oferenta dwóch lub więcej projektów wszystkie zgłoszone przez Oferenta projekty podlegają odrzuceniu.
7. Oferent musi wnieść wkład własny w wysokości 10% kosztów kwalifikowalnych w projekcie. Wkład własny może mieć postać wkładu niefinansowego (np. praca osób zatrudnionych przy realizacji projektu, w tym eksperta do spraw FE, także wolontariuszy, koszty zarządzania projektem, rabaty i upusty), pod warunkiem, że zostanie wykazany przez Oferenta i możliwe będzie jego zidentyfikowanie, weryfikacja oraz potwierdzenie oryginałami stosownych dokumentów (umów, cenników, itp.).
8. Wkładem własnym nie może być podatek VAT podlegający odliczeniu.

## **VII KWALIFIKOWALNOŚĆ KOSZTÓW**

1. Za poniesione w ramach projektu wydatki uważa się wyłącznie koszty poniesione:
  - a) w okresie trwania projektu zgodnie z ofertą: maksymalnie od 20 maja do 30 listopada 2024 r. (lub 15 grudnia 2024 r., w razie przedłużenia realizacji projektu w formie aneksu do umowy)<sup>4</sup>,
  - b) zgodnie z niniejszym Regulaminem i celem projektu,
  - c) jedynie na działania niezbędne dla realizacji projektu i osiągnięcia jego rezultatów,
  - d) udokumentowane w sposób umożliwiający ocenę realizacji projektu pod względem rzeczowym i finansowym.
2. Zakup środków trwałych, wartości niematerialnych i prawnych w rozumieniu ustawy z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości (Dz. U. z 2023 r. poz. 120, z późn. zm.) oraz ustawy z dnia

---

<sup>4</sup> W razie podpisania umowy dotacji w terminie późniejszym niż wskazany w ofercie okres rozpoczęcia projektu, koszty kwalifikowalne ponosić można od dnia ogłoszenia wyniku konkursu dotacji (tj. otrzymania przez Oferenta od Ministerstwa Funduszy i Polityki Regionalnej pisma o przyznaniu dofinansowania).

26 lipca 1991 r. o podatku dochodowym od osób fizycznych (Dz. U. z 2024 r. poz. 226, z późn. zm.) i ustawy z dnia 15 lutego 1992 r. o podatku dochodowym od osób prawnych (Dz. U. z 2023 r. poz. 2805, z późn. zm.) jest zabroniony.

**3. Ze środków dotacji Oferent może finansować w szczególności koszty:**

- a) wynagrodzeń zasadniczych wraz ze składkami na ubezpieczenia społeczne, zdrowotne płacone przez pracownika i pracodawcę,
- b) składki na Fundusz Pracy,
- c) koszty wsparcia eksperckiego i doradztwo specjalistyczne,
- d) kompleksowej organizacji konkursów;
- e) nabycia praw autorskich i licencji, z zastrzeżeniem ust. 2;
- f) wydatków dotyczących ogłoszeń oraz publikacji w mediach, konferencji itd.;
- g) współpracy z innymi mediami;
- h) wydatków związanych z organizacją i obsługą akcji i imprez promocyjnych;
- i) zakupu wyposażenia pomocniczego niezbędnego do przeprowadzenia akcji promocyjnych, z zastrzeżeniem ust. 2;
- j) zakupu, opracowania, druku, powielania i dystrybucji publikacji oraz materiałów informacyjnych, edukacyjnych i promocyjnych;
- k) budowy, modyfikacji, rozwoju portali i stron internetowych i mediów społecznościowych,
- l) utrzymania stron internetowych i zakupu domen;
- m) promocji portali i stron internetowych, prowadzenia działań w mediach społecznościowych (w tym kontraktowania influencer marketingu);
- n) zakupu i wysyłki nagród w konkursach;
- o) organizacji wydarzeń;
- p) produkcji materiałów wideo.

**4.** Wydatki w projekcie Oferent powinien ponosić w sposób celowy, oszczędny z zachowaniem zasady uzyskiwania najlepszych efektów z danych nakładów oraz w sposób umożliwiający terminową realizację działań w projekcie.

**5.** Za niekwalifikowalne uważa się:

- a) koszty zakupu nieruchomości,
- b) finansowanie działalności niezwiązanej z projektem,

- c) koszty stałe utrzymania biura wykraczające poza potrzeby wynikające z zakresu projektu,
- d) koszty przygotowania oferty,
- e) koszty zakupu napojów alkoholowych,
- f) koszty zakupu środków trwałych, wartości niematerialnych i prawnych w rozumieniu ustawy z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości oraz ustawy z dnia 26 lipca 1991 r. o podatku dochodowym od osób fizycznych i ustawy z dnia 15 lutego 1992 r. o podatku dochodowym od osób prawnych,
- g) koszty wydatkowane niezgodnie z warunkami umowy dotacji.

**6.** Gromadzenie, wydatkowanie i rozliczanie środków otrzymanych z dotacji przeprowadza się za pośrednictwem **odrębnego rachunku bankowego i wyodrębnionej dla projektu ewidencji księgowej.**

**7.** Realizacja powierzonego zadania zostanie rozliczona z Ministrem na podstawie poniesionych kosztów.

**8.** Dostęp do materiałów, które powstały w ramach projektu, musi być dla ich uczestników i odbiorców bezpłatny. Oferent nie może czerpać zysków w ramach projektu.

## **VIII SPOSÓB PRZYGOTOWANIA OFERTY**

- 1.** By ubiegać się o dotację, Oferent powinien wypełnić formularz ofertowy, stanowiący załącznik nr 2 do niniejszego Regulaminu. Formularz należy wypełnić w języku polskim w sposób staranny, przejrzysty i zwięzły, by ułatwić jego ocenę. Formularz musi zostać podpisany przez osobę upoważnioną do składania oświadczeń woli w imieniu Oferenta.
- 2.** Do formularza ofertowego należy dołączyć:
  - a) kosztorys projektu,
  - b) dokumenty potwierdzające status prawny podmiotu składającego ofertę i umocowanie osób go reprezentujących, jeżeli te dane nie zostały wpisane do Krajowego Rejestru Sądowego,
  - c) aktualny statut podmiotu składającego ofertę (w przypadku braku statutu prośba o złożenie przez Oferenta oświadczenia o jego nieposiadaniu),
  - d) oświadczenie, że podmiot składający ofertę jest jedynym posiadaczem rachunku, na który zostanie przekazana dotacja, i zobowiązuje się go utrzymywać do chwili zaakceptowania rozliczenia dotacji w zakresie finansowym i rzeczowym oraz że rachunek nie podlega zajęciu komorniczemu ani egzekucji (zgodnie z zał. nr 2a do Regulaminu),



- e) oświadczenia, potwierdzające, że Oferent nie podlega wykluczeniom, o których mowa w pkt V.2 – V.6 (zgodnie z zał. nr 2a do Regulaminu).
- f) dokumenty potwierdzające doświadczenie Oferenta i członków zespołu projektowego,
- g) dokładny opis propozycji działań na 1 etap projektu (maj-czerwiec 2024 r.) w zakresie komunikacji 20-lecia członkostwa Polski w UE wraz z propozycją harmonogramu.
3. Formularz ofertowy wraz z załącznikami należy złożyć w formie **elektronicznej** na adres e-mailowy: **[konkurs.dotacji@mfipr.gov.pl](mailto:konkurs.dotacji@mfipr.gov.pl)** (w tytule należy wpisać „Konkurs dotacji – portale internetowe” oraz nazwę Oferenta) w postaci dokumentu:
- a) opatrzonego kwalifikowanym podpisem elektronicznym,
  - b) opatrzonego profilem zaufanym.
4. Termin składania ofert upływa **13 maja 2024 r.** Za datę wpłynięcia oferty uważa się datę **wpływu oferty na skrzynkę e-mailową: [konkurs.dotacji@mfipr.gov.pl](mailto:konkurs.dotacji@mfipr.gov.pl)**
5. Oferty złożone po upływie wyznaczonego terminu **zostaną odrzucone.**
6. **Złożenie oferty jest równoznaczne z akceptacją postanowień niniejszego Regulaminu.**
7. W związku z przekazywaniem w składanych ofertach danych osobowych dotyczących członków zespołu projektowego, Oferent zobowiązuje się w imieniu MFiPR do przekazania osobom, których dane osobowe zostały zawarte w składanej ofercie - klauzuli informacyjnej MFiPR, stanowiącej załącznik nr 7 do Regulaminu.

## IX OCENA OFERT

1. W celu wyboru projektów, złożone w konkursie oferty podlegają ocenie formalnej i merytorycznej Komisji Konkursowej (zwanej dalej „Komisją”), zgodnie z kryteriami określonymi w Regulaminie jej prac i Kartą oceny formalnej oraz Kartą oceny merytorycznej projektu, stanowiącymi odpowiednio załącznik nr 1 i załącznik nr 3 i 4 do niniejszego Regulaminu.
2. Komisja dokonuje oceny ofert w terminie **nie później niż 45 dni kalendarzowych** od dnia upływu terminu składania ofert.
3. Komisja jest powołana przez Ministra Funduszy i Polityki Regionalnej i składa się z:
  - 1) Przewodniczącego Komisji,

- 2) Sekretarza konkursu,
- 3) Zespołu ds. oceny merytorycznej projektów w liczbie co najmniej 2 członków.
4. Tryb pracy Komisji oraz szczegółową procedurę oceny projektów określa Regulamin Pracy Komisji Konkursowej, stanowiący załącznik nr 1 do niniejszego Regulaminu.

5. Ocena formalna ofert:

5.1. Ocena formalna ofert dokonywana jest według kryteriów zawartych w Karcie oceny formalnej projektu stanowiącej załącznik nr 3 do niniejszego Regulaminu. Protokół z oceny formalnej akceptuje Przewodniczący Komisji.

5.2. Oferta, która:

- nie jest odpowiedzią na Konkurs lub została złożona przez nieuprawnionego Oferenta,
- nie została złożona w terminie i w sposób wskazany w ogłoszeniu o konkursie ofert wskazane w pkt VIII.3 i 4 Regulaminu

**jest odrzucana.**

5.3. W przypadku, gdy oferta zawiera oczywiste pomyłki lub braki formalne, które podlegają uzupełnieniu (nie została złożona na właściwym formularzu wraz z wymaganymi załącznikami, nie została podpisana przez osoby upoważnione do składania oświadczeń woli w imieniu Oferenta), sekretarz Konkursu wzywa drogą elektroniczną (zgodnie z podanym w ofercie adresem mailowym) Oferenta do dokonania stosownych poprawek lub uzupełnień w nieprzekraczalnym terminie do 7 dni kalendarzowych od daty wezwania. **W razie niedokonania lub niewłaściwego dokonania uzupełnień Komisja odrzuca ofertę.**

5.4. Stanowisko Przewodniczącego Komisji w przedmiocie oceny formalnej oferty **jest ostateczne (nie podlega odwołaniu).**

6. Komisja w terminie do 14 dni od dnia upływu składania ofert:

- 1) ogłasza w Biuletynie Informacji Publicznej liczbę złożonych ofert i nazwy podmiotów składających ofertę, ze wskazaniem daty ich złożenia;

2) odrzuca oferty niespełniające wymagań formalnych.

## 7. Ocena merytoryczna ofert:

7.1. Ocena merytoryczna ofert dokonywana jest przez Komisję według kryteriów zawartych w Karcie oceny merytorycznej projektu stanowiącej Załącznik nr 4 do niniejszego Regulaminu oraz w toku posiedzeń Komisji zgodnie z regulaminem jej prac stanowiącym załącznik nr 1 do niniejszego Regulaminu. Kryteria te są jawne i nie podlegają zmianie w trakcie trwania konkursu.

### 7.2. Podczas oceny premiowane będą oferty:

7.2.1. zapewniające jak największy dostęp do treści ze stron głównych oraz głównych sekcji portali **przez cały okres trwania projektu**;

7.2.2. uwzględniające dodatkowe działania angażujące odbiorców projektu, np. konkursy, ankiety, quizy, wydarzenia. Oceniony zostanie proponowany zasięg takich działań oraz sposób ich dopasowania do grupy docelowej;

7.2.3. zapewniające jak największe zaangażowanie użytkowników poszczególnych materiałów contentowych mierzone takimi wskaźnikami jak:

- a) zasięg poszczególnych artykułów (liczba unikalnych użytkowników);
- b) średni czas spędzony w artykule;
- c) współczynnik odrzuceń (zdefiniowany jako % wszystkich użytkowników, którzy spędzą mniej niż 30 sekund w artykule);
- d) współczynnik klikalności w artykułach (liczba użytkowników / liczby interakcji – scroll powyżej 25%, kliknięcia na linki, materiały video w artykułach itp.);
- e) liczba obejrzeń video;
- f) współczynnik obejrzeń (liczba obejrzeń lub interakcji / liczba wyświetleń);
- g) współczynnik klikalności w materiałach video (liczba obejrzeń / liczba interakcji – linki w materiałach video, udostępnienia itp.);
- h) średni czas utrzymania uwagi odbiorców (video);

i) minimalny czas obejrzenia video.

**7.3.** Przewodniczący Komisji sporządza protokół z przebiegu konkursu, zgodnie z Regulaminem Prac Komisji, stanowiącym zał. nr 1 do niniejszego Regulaminu, który zawiera m.in. stanowisko Komisji w przedmiocie oceny merytorycznej projektu.

**7.4.** Minister niezwłocznie podejmuje decyzję w sprawie przyznania dotacji i zamieszcza ogłoszenie o wynikach konkursu ofert w Biuletynie Informacji Publicznej.

**7.5.** Stanowisko Ministra w przedmiocie oceny merytorycznej jest ostateczne (nie podlega odwołaniu).

**8.** Organizator zastrzega sobie prawo do przyznania dotacji w wysokości odpowiadającej całości lub części kwoty, o jaką ubiega się Oferent.

**9.** W celu jak najlepszej jakości realizowanych projektów wybranych w konkursie, Minister zastrzega sobie prawo konsultacji i ewentualnej modyfikacji projektu w zakresie merytoryki i budżetu projektu na etapie oceny projektu.

**10.** Minister zastrzega sobie prawo do nieprzyznania dotacji.

**11.** Minister unieważnia konkurs, jeśli:

a) nie wpłynęła żadna oferta,

b) odrzucono wszystkie oferty.

## **X PRZYZNANIE DOTACJI**

- 1.** W przypadku wyboru projektu w Konkursie, Oferent otrzyma od Ministra pismo informujące o przyznaniu dotacji.
- 2.** Niezwłocznie po otrzymaniu pisma Oferent powinien przekazać Organizatorowi dokument wystawiony przez bank, zawierający dane dotyczące konta lub subkonta bankowego Oferenta, wyodrębnionego na potrzeby realizacji projektu. Dokument musi być opatrzony podpisem (w tym podpisem elektronicznym lub profilem zaufanym) osoby upoważnionej do dysponowania rachunkiem.

3. Umowa dotacji zostanie przygotowana na wzorze umowy stanowiącym zał. nr 5 do Regulaminu. Postanowienia umowy są ostateczne i nie podlegają negocjacom.
4. Niezwłocznie po zawarciu umowy dotacji Minister zorganizuje spotkanie z Oferentem (w siedzibie Ministra lub online) w celu omówienia zasad dalszej współpracy przy realizacji projektu.
5. Oferent nie może czerpać zysków z udostępniania materiałów przygotowanych w ramach projektu objętego dotacją (np. poprzez odpłatne udostępnianie materiałów filmowych i edukacyjnych oraz publikacji, pobieranie dodatkowych opłat za wersje mobilne materiałów lub publikacji).
6. Zabronione jest przekazywanie, w jakiegokolwiek formie, otrzymanych środków dotacji innym podmiotom (np. wykorzystywanie dotacji na pomoc lub pożyczki innym podmiotom).
7. Oferent zobowiązany jest do zwrotu niewykorzystanej części dotacji, jak też do zwrotu nieprawidłowo wykorzystanej części dotacji oraz uzyskanych odsetek bankowych – na zasadach określonych w przepisach ustawy z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych.

## **XI KONTROLA**

1. Organizator jest uprawniony do przeprowadzenia kontroli realizacji powierzonych zadań finansowanych ze środków Funduszu w okresie realizacji zadania aż do jego ostatecznego rozliczenia.
2. Kontroli podlega w szczególności:
  - a) przebieg i sposób realizacji zadania,
  - b) wykorzystanie środków Funduszu przyznanych na podstawie umowy dotacji,
  - c) sposób prowadzenia dokumentacji księgowej,
  - d) prawidłowość rozliczeń.
3. Podmiot, któremu zostały przyznane środki, jest obowiązany do udostępnienia dysponentowi informacji i dokumentów niezbędnych do przeprowadzenia kontroli.

4. W ramach kontroli kontrolujący może badać dokumenty i materiały niezbędne do przeprowadzenia kontroli oraz żądać udzielenia ustnie lub na piśmie informacji i wyjaśnień dotyczących wykonania umowy, w tym również od pracowników, byłych pracowników lub każdej innej osoby biorącej udział w realizacji zadania.
5. Podmiot kontrolowany jest zobowiązany do zapewnienia warunków i środków niezbędnych do przeprowadzenia kontroli.
6. Kontrola będzie prowadzona na zasadach i w trybie określonych w przepisach ustawy z dnia 15 lipca 2011 r. o kontroli w administracji rządowej (Dz. U. z 2020 r. poz. 224).

## **XII PODSTAWY PRAWNE**

1. Dotacje na realizację projektów wybranych w Konkursie udzielane będą:
  - a) na podstawie art. 150 w związku z art. 127 ust. 2 pkt 4 ustawy z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych oraz
  - b) zgodnie z art. 24g ust. 3 ustawy z dnia 6 grudnia 2006 o zasadach prowadzenia polityki rozwoju,
  - c) zgodnie z zarządzeniem Ministra Funduszy i Polityki Regionalnej z dnia 14 lutego 2023 r. w sprawie dysponowania środkami Funduszu Rozwoju Regionalnego (Dz. Urz. Min. Fun. i Pol. Reg. poz. 2 i 39).
2. Konkurs nie stanowi konkursu w rozumieniu Kodeksu cywilnego.
3. Oferta nie stanowi oferty w rozumieniu Kodeksu cywilnego.

## **XIII POSTANOWIENIA KOŃCOWE**

1. Złożenie oferty w Konkursie jest równoznaczne z akceptacją postanowień niniejszego Regulaminu.
2. Pytania można wysyłać pocztą elektroniczną na adres [Konkurs.dotacji@mfipr.gov.pl](mailto:Konkurs.dotacji@mfipr.gov.pl)

3. Odpowiedzi na pytania będą sukcesywnie publikowane w Biuletynie Informacji Publicznej Ministerstwa Funduszy i Polityki Regionalnej.
4. Dodatkowe informacje i wyjaśnienia w wersji zeskanowanej lub opatrzonej podpisem elektronicznym lub profilem zaufanym należy kierować wyłącznie na adres:  
[Konkurs.dotacji@mfi.pr.gov.pl](mailto:Konkurs.dotacji@mfi.pr.gov.pl)

**Załączniki do regulaminu:**

Załącznik nr 1 Regulamin Pracy Komisji Konkursowej;

Załącznik nr 2 Formularz ofertowy o przyznanie dotacji;

Załącznik nr 2a Wzór oświadczeń, o których mowa w pkt VIII.2 d i e;

Załącznik nr 2b Wzór szczegółowego kosztorysu projektu;

Załącznik nr 3 Karta oceny formalnej projektu;

Załącznik nr 4 Karta oceny merytorycznej projektu;

Załącznik nr 5 Wzór umowy dotacji;

Załącznik nr 6 Wzór sprawozdania końcowego z realizacji projektu;

Załącznik nr 7 Klauzula obowiązku informacyjnego MFiPR w związku z realizacją konkursu;

Załącznik nr 8 Wzór raportu do przedstawienia MFiPR po zakończeniu realizacji danego etapu projektu;

Załącznik nr 9 Wzór weksla in blanco oraz umowy wekslowej.